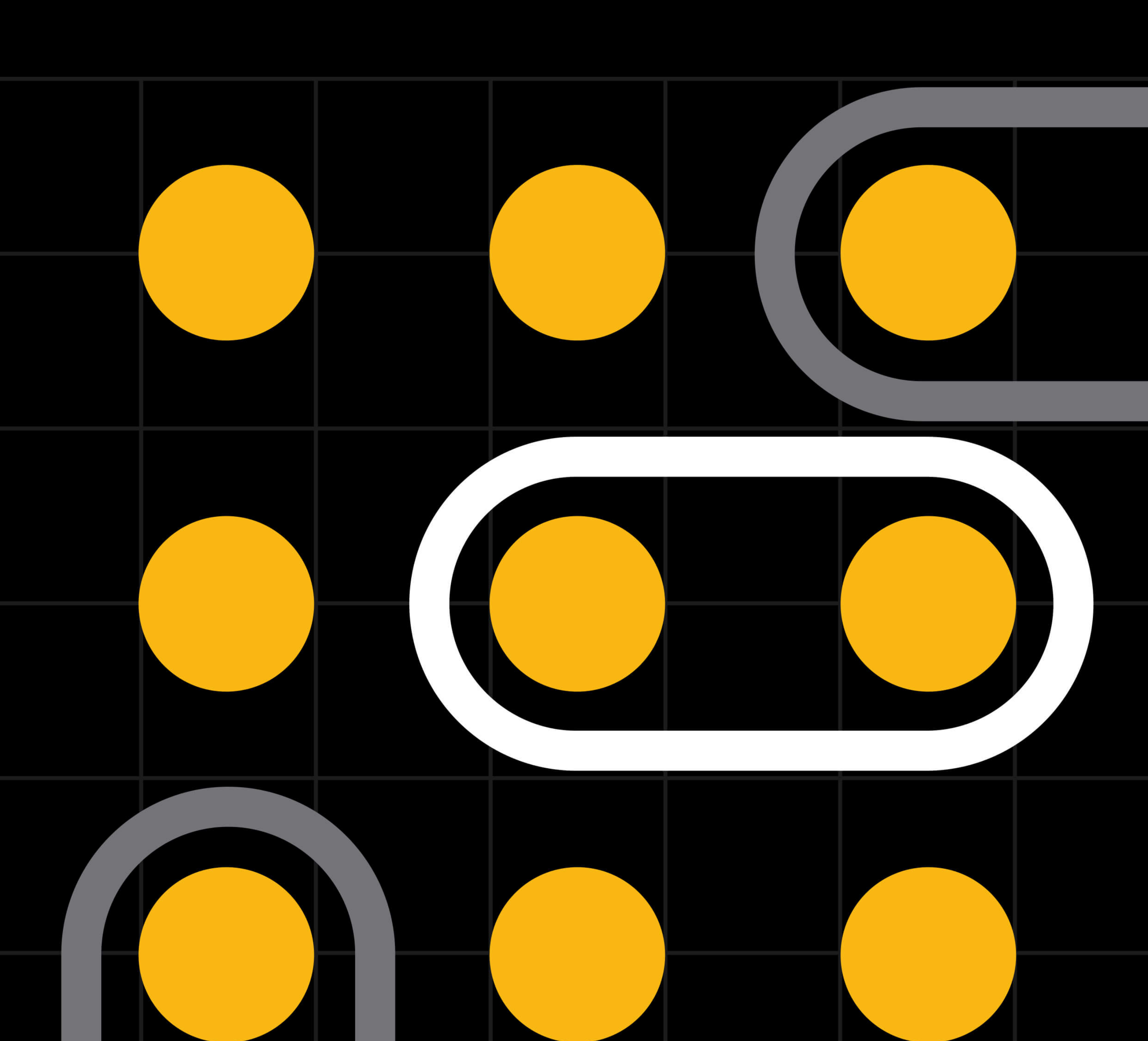
PIWIK PRO

SVC

12,8 % Steigerung der Servicequalität



12,8 % Steigerung der Servicequalität. Datenbasiert die User Experience langfristig optimieren und Ressourcen effektiv einsetzen



SVC - Sozialversicherungs-Chipkarten Betriebs- und Errichtungsgesellschaft m.b.H.

Branche

Gesundheitswesen, Versicherungen

Nutzen

- Optimierung der User Experience
- Optimierung der Analytics-Prozesse
- Identifizierung und Analyse aller Touchpoints mit einem User
- Ausspielung von zielgruppenrelevanten Inhalten

Die SVC mit Sitz in Österreich (Wien) betreibt ein elektronisches Verwaltungssystem für den gesamten Bereich der Sozialversicherung. Die sogenannte e-Card wurde 2005 für alle Sozialversicherten in Österreich eingeführt. Damit sitzt die SVC an der Spitze der Weiterentwicklung von Österreichs Gesundheitssystem und steht für Innovation und Agilität im Gesundheitswesen.

Mit der Entwicklung des e-card-Systems hat die SCV das Fundament für die Nutzung der Gesundheitstelematik in Österreich geschaffen und betreibt Österreichs größtes Datennetzwerk für Krankenhäuser, Arztpraxen, Apotheken, Versicherungen, Gesundheitsdienstleister und über 8,5 Millionen Versicherte. Auf der Infrastruktur des e-card-Systems aufbauend, entwickelt das Unternehmen individuelle Services im Bereich e-Health.



Das eSV-Portal (elektronische Sozialversicherung) ist ein weiteres Kernprodukt der SVC.

Als Full-Service-Provider ist die SVC für das Internetportal der österreichischen Sozialversicherungsträger und deren Unterseiten, wie z. B. der Unfallkrankenhäuser verantwortlich. Die SVC stellt die gesamte technische Infrastruktur für dieses Produkt vom Hosting, über die Rechenzentren, bis hin zu den technischen Vorgaben und der Entwicklung neuer Applikationen und Services zur Verfügung.

Herausforderung

Die eSV bieten den Nutzern ein individualisiertes Portal. Dieses ist durch eine Handysignatur, der höchsten Authentifizierung Österreichs, nutzbar. Die **User haben im Login-Bereich Zugriff auf persönliche Informationen, Gesundheitsdaten rund um ihre Versicherungen, genutzte Dienstleistungen** und damit verbundene Angebote. In Österreich kann man grundsätzlich mehrfach pflichtversichert sein. Das Portal fasst daher alle gesetzlichen Versicherungsträger und deren Services übersichtlich zusammen. Es gibt dem Benutzer außerdem darüber Auskunft, wo er wie versichert und anspruchsberechtigt ist.

Neben der Zielgruppe der Versicherten werden unter anderem auch Dienstgeber und Vertragspartner (Gesundheitsdienstleister) über das Portal serviciert.

Dadurch kommt es zu über 80 Websites, die nicht nur miteinander verbunden sind, sondern auch stark verzahnt agieren müssen. Nur so können den Versicherten ihre individuellen Profile und mögliche Services angezeigt und nutzbar gemacht werden.

Das **Kernziel der SVC** ist es, trotz des komplexen Rahmens den **Website-Besucher und seine User Experience in den Fokus zu stellen**. Das eSV-System soll sich zukünftig verstärkt auf die Bedürfnisse der Benutzer ausrichten und ein **Full-Service-Portal für alle Gesundheitsbelange** mit benutzerfreundlicher Anwendung in allen Bereichen und über alle Kanäle bilden. Das erfordert unter anderem eine gute Usability und die Ausspielung von relevanten Inhalten für passende Zielgruppen.

Somit stellen sich hier gleich mehrere Herausforderung. Eine Hürde für die SVC ist der Authentifizierungsprozess, der von der österreichischen Regierung vorgegeben wird und über einen externen Authentifizierung-Service erfolgt. Die SVC muss garantieren, dass sie komplett DSGVO-konform agiert und sich an den vorgegebenen Prozess hält. Zudem benötigen sie ein einheitliches Analytics-Tool, mit dem **kanalübergreifend für alle verbundenen Seiten und über alle Geräte hinweg ein Tracking gesetzt wird**. Dieses muss Detail-Auswertungen zu den Usern liefern, **um für Optimierungsmaßnahmen konkrete Aussagen zum Userverhalten treffen zu können**. Auf der anderen Seite muss das Tool aber auch entsprechende benutzerdefinierte Reports für die Managementebene ermöglichen, die die Gesamtentwicklung des Portals und einzelner Bereiche darstellen.

Des Weiteren ist das Ausspielen von r**elevanten Inhalten für entsprechende Zielgruppen ein Hauptanliegen** der SVC. So könnten wenig genutzte Services, die aber durchaus für eine Zielgruppe eine hohe Relevanz haben, prominenter platziert oder konkret empfohlen werden.

Lösung

Alle eingesetzten Tools müssen Datenschutz garantieren (DSGVO), um den Benutzern ein Höchstmaß an Datensicherheit zu gewährleisten.

Mit Hilfe von Web und Mobile App Analytics erfolgt die Analyse des Userverhaltens im authentifizierten Bereich. Analysiert werden die Interaktionen der User mit der Plattform und den angebotenen Services. So können schnell die Bereiche identifiziert werden, die tatsächlich von den Nutzern in Anspruch genommen werden und auch die Angebote, die es beispielsweise aufgrund von hoher Absprungraten zu optimieren gilt. Zudem gilt es mit den Analytics-Daten herauszufinden, w**elche User-Interaktionen auf den jeweiligen Kanälen stattfinden**. Von einfachen Anwendungen, wie beispielsweise dem Ausfüllen von Formularen, um einen bestimmten Service zu nutzen, bis hin zu komplexen Anwendungen. Dies umfasst z. B. Interaktionen rund um das Pensionskonto: Informationen zu aktuellen Ansprüchen, wie setzen sich diese für den User zusammen.

Unser Kernziel ist, datenbasiert die User Experience zu optimieren und zu steigern. Die PPAS vereint hier alle erforderlichen Features, um dieses Ziel zu erreichen. Von der Analyse und Auswertung aller Kanäle bis hin zur Zielgruppensegmentieru ng und Ausspielung passender Inhalte haben wir nun eine Lösung mit der wir alles umsetzen können.

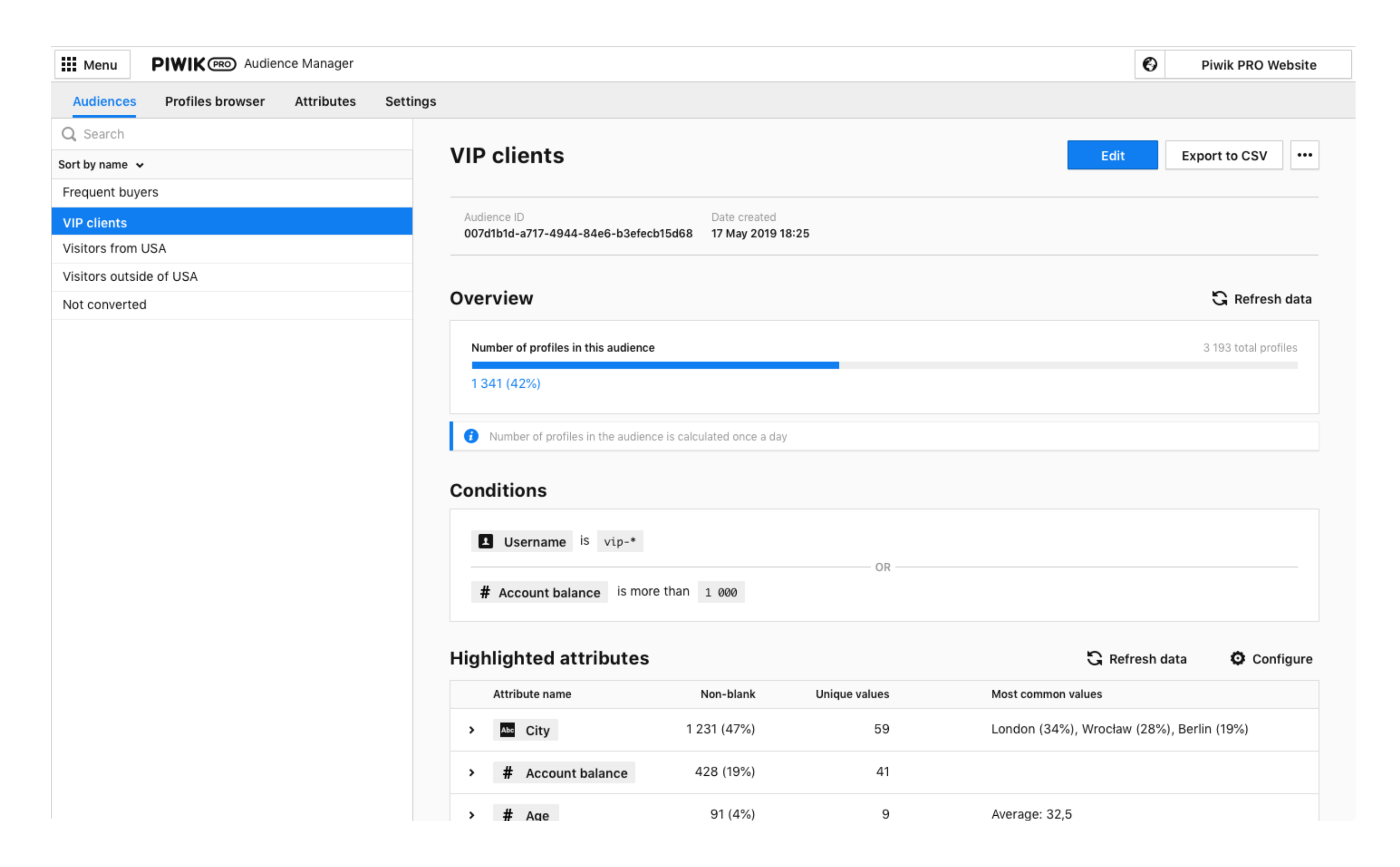
— **Gerold Brauchart**
Projektmanagement eSV bei SVC

Da die komplexen Anwendungen innerhalb der Plattform mit aufwendigen Wartungen und dem Einsatz von vielen Ressourcen verbunden sind, lässt sich mit Hilfe der Analyse herausfinden, wo sich die Investition von Ressourcen lohnt und auch sinnvoll ist.

Im Fokus steht hier primär die Optimierung der User Experience.

Die gesammelten Daten, wie die Userhistorie, das Userveralten sowie die Informationen, die über die Sozialversicherungsträger on- und offline zusammenkommen, können über die Customer Data Platform (CDP) miteinander kombiniert werden. Durch die gebündelten Daten können die User in Zielgruppen segmentiert werden. Aufgrund dieser Einteilung lassen sich den Zielgruppen Inhalte ausspielen, die aktuell oder bei der künftigen Nutzung der eSV interessant sein könnten.

Dadurch eröffnet sich selbstverständlich auch der **Einsatz der CDP für die Analyse der User Journey**. Denn es kann klar gefiltert werden, welcher Kanal und welches Medium für welche Aktion und von welcher Zielgruppe genutzt wird.



Piwik PRO Audience Manager

Ein wichtiger Punkt ist das Ausspielen maßgeschneiderter Inhalte und Informationen, um konkret auf die Bedürfnisse der passenden Zielgruppe einzugehen. Individuelle Ansichten und personalisierte Dashboards runden die positive User Experience in diesem Rahmen ab. Mit der Veröffentlichung zielgruppenrelevanter Inhalte auf Basis der gesammelten und kombinierten Daten kann auch dieses Optimierungsziel konkret umgesetzt werden.

Ein weiteres **unverzichtbares Feature ist Custom Reports**. Damit lassen sich Reportings gleich für mehrere Unternehmensebenen individuell erstellen. So sind für die Entwickler oder Vermarkter andere Auswertungen interessant, als für die Managementebene. Auf Entwicklerebene ist es z. B. wichtig zu wissen, welche Services in welcher Intensität genutzt werden, für das Management hingegen sind Auswertungen der Gesamtperformance des Portals oder diverser Unterseiten interessant. Ein elementarer Vorteil ist, dass die Reportings immer aktuell sind und eine nahtlose Verarbeitung der Rohdaten gewährleistet ist.

Ergebnis

Mit Hilfe der gewonnenen Daten zum Userverhalten im authentifizierten Bereich (auf der Website und in der App) konnte schnell herausgefunden werden, **welche Angebote die User tatsächlich nutzen und welche Angebote deutlichen Verbesserungen bedürfen**. Zudem konnte die allgemeine Interaktion der User mit dem Portal und auch mit einzelnen Bereichen gemessen werden. Schnell konnte identifiziert werden, welche Kanäle für die verschiedenen Anwendungen genutzt werden. So **konnte die SVC das Portal und die App weiter auf den Nutzer ausrichten** und entscheiden, welche Bereiche weiter ausgebaut bzw. entfernt werden können.

Aufgrund der Fülle an Daten zu den Usern konnten sie in Zielgruppen segmentiert werden und so Informationen und Angebote erhalten, die auf die Anforderungen der Zielgruppe abgestimmt sind.

Durch die flexiblen Reportingmöglichkeiten in Echtzeit, konnte die SVC akut auf Veränderungen im Userverhalten reagieren und Anpassungen und Entwicklungen agil umsetzen. Schnell lagen die konkreten Auswertungen vor und man konnte sehen, ob die Optimierungen von den Usern angenommen werden und den gewünschten Erfolg mit sich bringen.

Letztendlich konnte die **User Journey kanalübergreifend optimiert werden und die User Experience wurde deutlich verbessert**. Von der nutzerzentrierten Ausrichtung und dem Feedback durch die Daten, profitierte die gesamte Plattform. Die Servicequalität konnte durch die verbesserte User Experience um 12,8 % gesteigert werden. Die Konzepte konnten nun verstärkt in Richtung der User angepasst werden und neue Strategien zum weiteren Ausbau der Angebote und Services konnten datenbasiert entwickelt werden

PIWIK PRO

Web: https://piwikpro.de/

Email: sales@piwik.pro



